

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Ada 3 unit Kegiatan usaha fesyen hijab yang memiliki kinerja efisien yaitu Shafira, Shasmira dan Hazna. Artinya ketiga unit kegiatan ekonomi tersebut dapat secara optimal memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki dan dapat mencapai target penjualan dan kualitas pelayanan dengan optimal disbanding dengan Elmeira. Sedangkan terdapat satu unit kegiatan ekonomi fesyen hijab yang tidak efisien yaitu Elmeira. Artinya Elmeira belum dapat secara optimal memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki. Bobot kinerja berkisar 53,4% - 100%.
2. Sumber inefisiensi pada unit kegiatan ekonomi yang tidak efisien (Elmeira) adalah variabel input yaitu biaya operasional dan jumlah tenaga kerja yakni masing-masing mencapai 88,25% dan 83,75%. Salah satu sebab rendahnya efisiensi tersebut adalah belum optimalnya biaya promosi dan terlalu banyaknya jumlah tenaga kerja.
3. Dengan menggunakan analisis SWOT kekuatan lokasi outlet yang mudah ditemukan, pemanfaatan media sosial dan web resmi sebagai sarana pemasaran dan layanan bagi konsumen sudah berjalan baik, Hasil pengukuran yang menunjukkan bobot kinerja dari aspek penjualan dan kualitas pelayanan sudah optimal (100%), produk yang berkualitas, memiliki desain khusus, strategi promosi yang sudah baik. Kelemahan utama bersumber dari Indeks kinerja unit kegiatan ekonomi Elmeira yang baru mencapai rata-rata

53,40%, minimnya fasilitas bagi konsumen untuk menyampaikan komplain atau saran bagi, kurang maksimalnya pengelolaan SDM.

4. Jika ditinjau dari aspek eksternal peluang yang dimiliki antara lain :
Fenomena *trend* hijab yang saat ini berkembang, adanya tradisi lebaran, banyaknya *event- event* yang betemakan hijab, pemberlakuan pasar bebas MEA. Sedangkan yang menjadi tantangan antara lain: Persaingan dengan UKE feyen hijab lain, Masuknya pendatang baru dalam industri fesyen hijab, dan pemberlakuan pasar bebas MEA

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari pembahasan untuk menghadapi ancaman dan peluang maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Perlu adanya standarisasi dalam menghadapi persaingan
2. Melakukan inovasi produk, pasar dan membangun jaringan
3. Meningkatkan loyalitas konsumen